اسماعیل زاده، پروانه؛ حسن‌زده، محمد(۱۳۹۷). تأثیر سواد اطلاعاتی کاربران بر صحت اطلاعات منتشره در شبکه‌های اجتماعی مجازی. *پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۸(۲)، ۱۶۱-۱۷۹.

تأثیر سواد اطلاعاتی کاربران بر صحت اطلاعات منتشره در شبکه‌های اجتماعی مجازی[1]

پروانه اسماعیل‌زاده،[2] محمد حسن‌زاده[3]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۱۲/۱۴

DOI: 10.22067/riis.v0i0.65715

چکیده

مقدمه: با توجه به امکان نشر/بازنشر پیام در شبکه‌های اجتماعی مجازی ، دقت به صحت پیام‌ها مسئله مهمی است که توجه به آن موجب افزایش اعتماد به محتوای این شبکه‌ها می‌شود. ازسوییدیگر، توان کاربران در تشخیص نیاز اطلاعاتی و بازیابی، ارزیابی و کاربست اطلاعات مهم تلقیمیشود. پژوهش حاضر، به‌دنبال فهم تأثیر سواد اطلاعاتی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر میزان دقت آن‌ها نسبت به صحت پیام‌های منتشره در شبکه‌های اجتماعی است.

روش‌شناسی: پرسش‌نامه شامل دو قسمت مربوط به سواد اطلاعاتی و صحت اطلاعات بوده. نتایج آزمون کرونباخ برای بخش صحت اطلاعات ۰/۸۹۴ و بخش سواد اطلاعاتی ۰/۸۷۵ بوده. روایی براساس نظر صاحب‌نظران این دو حوزه بررسی شد. پرسش‌نامه به ۳۰۰ کاربر شبکه اجتماعی تلگرام ارسال و ۱۶۵ پرسش‌نامه گردآوری شد.

یافته‌ها: سطح سواد اطلاعاتی کاربران شبکه‌ها در حد متوسط است؛ در ۷ شاخص سواد اطلاعاتی کاربران، شاخص «به کارگیری اطلاعات» بیشترین مقدار (۳/۷۶) و مهارت «ارزیابی منابع اطلاعاتی و پایگاه‌های جست‌وجو» دارای کمترین مقدار (۳/۴۷) است. در خصوص دقت به صحت اطلاعات بیشترین مقدار مربوط به «سلامت» با میانگین ۳/۷۳ و کمترین مقدار، «تخصص نقل‌کننده» با میانگین ۳/۵۴ است.

نتیجه‌گیری: همچنین براساس نتایج آزمون اسپیرمن، بین سواد اطلاعاتی کاربران گروه یک و دو و دقت به صحت اطلاعات رابطه وجود داردکه شدت کمی دارد. بین میزان توجه به صحت اطلاعات منتشره در این شبکه‌ها از سوی کاربران گروه یک و دو رابطه معناداری وجود دارد که شدت کمی دارد.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی مجازی، سواد اطلاعاتی، صحت اطلاعات، اینترنت.

---

۱. مقاله برگرفته از پایان نامه است.

۲. کارشناس ارشد دانشگاه تربیت مدرس، p@esmailzade.ir

۳. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول)، hasanzadeh@modares.ac.ir

مقدمه

در عصر حاضر که شاهد پیشرفت‌های زیادی در فناوری و منابع اطلاعاتی هستیم و افراد همه روزه در محل کار و تحصیل یا زندگی روزمره با این دنیای پیشرفته در تماس هستند، دسترسی و استفاده بهینه از اطلاعات یا سواد اطلاعاتی بسیار اهمیت دارد. «سواد اطلاعاتی توانایی شناسایی درست منابع اطلاعاتی، توانایی دسترسی به آن‌ها و توانایی استفاده هدفمند از آنهاست» (جوکار و اسماعیل پور در از پریرخ، ۱۳۸۶: ۱۴).

ازآنجایی‌که امروزه اطلاعات، بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی انتقال می‌یابد و این شبکه‌ها بیشترین شباهت را به جامعه انسانی دارند و به فرد امکان برقراری ارتباط با شمار فراوانی از افراد دیگر کَتز و آسپدِن (Katz & Aspden, 1997)، فارغ از محدودیت‌های زمانی، مکانی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی را می‌دهند کِروت (Kraut, et al., 2002) ؛ لذا بین سواد اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی ارتباط تنگاتنگی حاکم است.

این روزها می‌توان با عضویت در یک شبکه اجتماعی مجازی به اطلاعات فراوانی دست یافت. انتقال اطلاعات از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی امری عادی است و روزانه حجم زیادی از اطلاعات صحیح و نادرست از طریق این مجاری ارتباطی بین افراد مختلف با سطح آگاهی و سواد مختلف منتشر می‌شود.

هر روز شاهد اطلاعات فیلترنشده بیشتری هستیم که افراد برای اطمینان از اعتبار آن‌ها دچار شک و تردید هستند و باید بتوانند برای حصول اطمینان از ابزاری استفاده کنند. مسئله صحت اطلاعات منتشره و بازتولیدشده در شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد شک و تردید جدی قرار دارد. بنابراین کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی باید توانایی تشخیص اطلاعات صحیح از ناصحیح را داشته باشندکه نداشتن آن، موجب خدشه‌دار شدن فرایند ارسال اطلاعات صحیح و درست به دیگران می‌شود.

امروزه اهمیت سواد اطلاعاتی نیز بر هیچ‌کس پوشیده نیست؛ به‌طوری‌که بدون وجود این، نمی‌توان از میان حجم عظیم اطلاعات راه خود را یافت و به مقصد رسید. برای فهم این‌که افراد چقدر این مهارت را دارند و در زندگی روزمره خود چقدر از آن استفاده می‌کنند، باید علاوه‌بر سنجش این مهارت در کاربران، نسبت به اثراتی که با افزایش روزافزون انتقال اطلاعات توسط این شبکه‌ها در جامعه در جریان است، تأمل کنیم.

پژوهش‌های زیادی در زمینه سواد اطلاعاتی، شبکه های اجتماعی و مفاهیم مرتبط با آن‌ها انجام شده است؛ اما رابطه بین صحت اطلاعات تولید یا بازتولید شده در شبکه‌های اجتماعی با سواد اطلاعاتی منتشرکنندگان آن‌ها مورد توجه قرار نگرفته است. مفاهیمی مانند آلودگی اطلاعاتی نیز در پیشینه ها مورد بررسی قرار گرفته است که ارتباط تنگاتنگی با صحت اطلاعات دارند. به‌عنوان نمونه چمبرلین (Chamberlian, 2009) در مطالعه‌ای با عنوان «توییتر مسیری برای آلودگی اطلاعات» با معرفی توییتر به عنوان کانالی برای تولید اطلاعات فراوان و

توصیف نقش عمدی و غیرعمدی آن در آلوده کردن اطلاعات، آن را ابزاری قدرتمند در به وقوع پیوستن چنین پدیده‌ای معرفی می‌کند. پژوهش مانوئِل کادرادو، روئِز مولینا و مُنترو پونز (Manuel Cuadradoa ,Eugenia Ruiz-Molina , Juan D. Montoro-Pons, 2012) با عنوان «رقابت علمی و شبکه‌های اجتماعی برای ترویج فناوری و سواد اطلاعاتی در میان دانشجویان دانشگاه» از جمله پژوهش‌های کمیاب است که تأثیر شبکه‌های اجتماعی و همچنین بررسی سواد اطلاعاتی و توانایی استفاده از فناوری را بر روی دانشجویان دانشگاه والنسیا در اسپانیا بررسی کرده است. آن‌ها برای انجام این تحقیق، فیلم آموزشی از طریق شبکه اجتماعی توئنتی[1] و همچنین پرسش‌نامه‌ای را در بین دانشجویان توزیع کردند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد توئنتی و فیس‌بوک دو شبکه اجتماعی محبوب در بین دانشجویان است. همچنین گفت‌وگوی آنلاین و ارسال پیام بیشترین استفاده از امکانات این وب‌سایت‌ها در بین دانشجویان است. در خصوص درک دانشجویان از سواد اطلاعاتی و تکنولوژی، «اهمیت اینترنت برای کسب اطلاعات»، «اهمیت تکنولوژی‌های جدید» و «اهمیت اطلاعات» از بالاترین امتیاز برخوردار بوده‌است. بر خلاف آن «استفاده از نرم افزارها» از سوی دانشجویان کمتر درک شده‌است.

جانا وارلِجز و اِلیین اِستِک (Jana Varlejs & Eileen Stec, 2014) به‌صورت ویژه بر سواد اطلاعاتی دانش‌آموزان تمرکز کرده و در تحقیقی با عنوان «عوامل مؤثر بر سواد اطلاعاتی دانش‌آموزان به‌طوری‌که آن‌ها را از دبیرستان به دانشگاه انتقال دهند» به بررسی این که آیا مدارس توانسته‌اند دانش‌آموزان را با مهارت لازم برای ورود به دانشگاه تربیت کنند یا خیر؟ نتایج به‌دست‌آمده در این تحقیق حاکی از آن است که کتابداران مدارس به‌ندرت در موقعیتی قرار دارند که بتوانند با معلمان مشارکت کنند و فرصت‌هایی که بتوانند به دانش‌آموزان در مهارت‌های سواد اطلاعاتی کمک کنند، محدود است.

برخی از پژوهشگران سواد اطلاعاتی را با میزان استفاده از فناوری مرتبط دانسته‌اند. مارات توپال اوغلو (Tapaloglu, Tekkanat, 2015) در تحقیقی با عنوان «میزان استفاده از فناوری اطلاعات و سطح سواد اطلاعاتی» به بررسی رابطه دو طرفه بین سطح سواد در خصوص تکنولوژی اطلاعات و سطح سواد در استفاده از فناوری اطلاعات پرداخته‌اند که نمونه آماری این پژوهش، ۲۰۰ دانشجوی فارغ‌التحصیل در مقطع کارشناسی و دانشجویان مشغول به تحصیل در دانشگاه تراکیا[2] بوده است. در این تحقیق، دانشجویان در حال تحصیل در مهارت «حل مسئله» مشکلی نداشته‌اند و نکته دیگر اینکه بر طبق آزمون‌های گرفته‌شده، تفاوت معناداری در تجزیه و تحلیل توسعه مهارت‌ها و فناوری‌ها و مدت زمان استفاده از فناوری اطلاعات توسط کامپیوتر وجود نداشته‌است که می‌توان این واقعیت را این‌گونه نسبت داد که توسعه مهارت‌ها با تجربه به‌دست نمی‌آید؛ بلکه با آموزش ایجاد می‌شود.

---

1. Tuenti
2. Trakya

پرداختن پژوهشگران به سواد اطلاعاتی در ایران تاریخچه قدیمی‌تری نسبت به بررسی‌های پیرامونی سواد اطلاعاتی داشته است. شروع پژوهش در حوزه سواد اطلاعاتی را باید به اوایل دهه ۱۳۷۰ نسبت داد. در این خصوص، پژوهش پریرخ و مقدس زاده (۱۳۷۸) در زمره اولین‌ها قرار می‌گیرد. آن‌ها در پژوهش خود به سنجش میزان سواد اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه فردوسی پرداخته‌اند. این پژوهش با عنوان «سواد اطلاعاتی: پژوهشی پیرامون چگونگی کسب سواد اطلاعاتی» نشان داد: دانشجویان مورد پژوهش، مجهز به مهارت‌های سواد اطلاعاتی نیستند و در این پژوهش پیشنهاد شده است ابتدا کتابداران خود به این مهارت‌ها مسلط شوند و سپس به آموزش به دانشجویان بپردازند.

برخی از پژوهشگران به صورت ویژه بر آموزش سواد اطلاعاتی متمرکز شده و تلاش کرده‌اند که سواد اطلاعاتی را با محیط های یادگیری از راه دور تلفیق کنند. پژوهش نیک‌کار (۱۳۸۷) با عنوان «طرح آموزش سواد اطلاعاتی در محیط آموزش از راه دور» از جمله این پژوهش‌هاست که به نتایج جالب توجهی در خصوص سواد اطلاعاتی رسیده است: به‌کارگیری فناوری‌های نوین مستلزم مهارت‌های سواد اطلاعاتی است که باید در برنامه‌های درسی آموزش از راه دور تلفیق و در قالب واحدهای درسی به دانشجویان ارائه شود.

ایجاد ارتباط بین سواد اطلاعاتی و محیط‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی در برخی از پژوهش‌های داخلی مورد توجه قرار گرفته است. ضیایی‌پرور و عقیلی (۱۳۸۸) را باید در زمره اولین کسانی به شمار آورد که میزان نفوذ شبکه‌های اجتماعی را مورد توجه قرار داده و در «پژوهشی باعنوان بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی» به این یافته رسید که ۷۸ درصد کاربران اینترنت در ایران عضو یکی از انواع شبکه های اجتماعی مجازی هستند و برای اغلب کاربران اینترنت در ایران شبکه های اجتماعی مجازی علاوه بر کارکرد دوست‌یابی، کارکرد کسب اطلاعات و اخبار را نیز دارد.

ایجاد ارتباط بین تفکر انتقادی و سواد اطلاعاتی نیز در پیشینه‌ها جلب توجه می‌کند. به‌عنوان نمونه، مرادی و همکارانش (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان رابطه تفکر انتقادی با سواد اطلاعاتی در دانشجویان علوم‌پزشکی به این مهم نائل شده‌اند که بین مهارت تفکر انتقادی و زیرمؤلفه‌های آن با سواد اطلاعاتی رابطه مستقیم دارد؛ بنابراین ارتقای سواد اطلاعاتی در دانشجویان رشته های علوم پزشکی به فرایند تفکر انتقادی وابسته است.

شکل‌گیری شایعات بر بستر شبکه‌های اجتماعی را باید یکی از پیامدهای بلافصل ورود کاربران به شبکه‌های اجتماعی قلمداد کرد. همان‌گونه که در پژوهش حاضر نیز تولید و بازتولید شایعات و اطلاعات نادرست در شبکه‌های اجتماعی مورد توجه قرار گرفته است، پژوهش ترکمان و شهابی در سال ۱۳۹۵ به صورت ویژه بر موضوع «شایعه و عوامل اجتماعی مؤثر در پذیرش آن» متمرکز شده و یافته‌های پژوهش نشانگر این بوده

است که پذیرش شایعه (متغیر وابسته) با متغیرهای مستقل (اهمیت موضوع، ابهام موضوع، منبع شایعه) رابطه معناداری دارد. شاخص آثار موقعیت با میزان ضریب بتا۰/۴۶۳ اهمیت موضوع (سیاسی) با میزان ضریب بتا (۰/۳۹۲) و شاخص منبع شایعه (مردم) با میزان ضریب بتا (۰/۳۴۴) بیشترین تأثیر را در پذیرش شایعه دارند. بررسی مؤلفه‌های فردی نیز نشان داده است که بین متغیرهای سن و تحصیلات با پذیرش شایعه رابطه معناداری وجوددارد ولی بین جنسیت و شغل با پذیرش شایعه رابطه معناداری مشاهده‌نشده است.

با مروری چند بر تعدادی از تحقیقات انجام شده درخصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی و سواد اطلاعاتی می‌توان نتیجه گرفت که پژوهشگران به‌صورت انفرادی به پژوهش در حوزه سواد اطلاعاتی، ارتباط آن با محیط‌های مجازی و همچنین طرح‌های آموزش سواد اطلاعاتی ازیک‌سو و پژوهش در زمینه مفاهیمی مانند شبکه‌های اجتماعی، میزان نفوذ و تأثیرات آن‌ها پرداخته اند، اما خلاء پژوهشی جدی در فهم کارکرد سواد اطلاعاتی در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه از منظر تأثیر بر صحت محتوای اطلاعات تولید و بازتولید شده در این شبکه‌ها احساس می‌شود. پژوهش حاضر به‌دنبال پرداختن به این مسئله و رفع خلاء پژوهشی جدی در این حوزه است. فرض اصلی این پژوهش این است که میزان سواد اطلاعاتی کاربران بر صحت پیام‌های منتشره از سوی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی(اعم از نشر یا بازنشر) رابطه معناداری وجود دارد.

اگر کاربران سواد و شناخت کافی برای تشخیص صحت اطلاعات منتشر شده نداشته باشند، به پذیرنده منفعل اطلاعات و ادعاهای رسانه‌ها تبدیل می‌شوند و در ادامه به بازنشر همین اطلاعات گاه غیرمستند وساختگی می‌پردازند. براین‌اساس پرداختن به مسئله سواد اطلاعاتی را باید یکی از ضروری‌ترین نیازها برای کاربران شبکه‌های اجتماعی دانست. ازاین‌رو، هدف از انجام این تحقیق بررسی تأثیر سطح سواد اطلاعاتی کاربران بر صحت اطلاعات منتشره در شبکه‌های اجتماعی است. اگر بخواهیم دقیق‌تر بیان کنیم باید بگوییم پژوهش حاضر در نظر دارد به این سؤال پاسخ دهد که سواد اطلاعاتی کاربران تا چه میزان بر صحت پیام‌های منتشره از سوی آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر دارد؟

برخی کاربران اینترنتی در چند شبکه اجتماعی عضو هستند که روزانه به آن‌ها سر می‌زنند و اکثر امکانات آن‌ها را به‌کار می‌گیرند و برخی دیگر ممکن است تنها در یک شبکه عضو باشند و هراز چندگاهی تنها به صفحه شخصی خودشان مراجعه کنند. بین این دو گروه نیز کاربران اینترنتی برحسب میزان و نوع استفاده‌شان از شبکه‌های اجتماعی در طیف وسیعی قرار می‌گیرند. کاربران اینترنتی را برحسب نوع مواجه‌شان با شبکه‌های اجتماعی به شکل‌های مختلف دسته‌بندی کرده‌اند. در این پژوهش کاربران ایرانی که در شبکه اجتماعی تلگرام عضو هستند و حداقل هفته‌ای یک یا دو بار به آن سرمی‌زنند و حداقل پیام‌های اطلاعاتی مختلف را می‌خوانند یا پیام‌هایی را خود تولید می‌کنند یا پیام‌های رسیده بدون تغییر برای دیگران ارسال می‌کنند، مورد بررسی قرار

گرفته‌اند. با توجه به تنوع و تعدد کاربران، سعی‌شده کاربران در گروه‌ها و کانال‌های مختلف در شبکه اجتماعی مجازی تلگرام مورد بررسی قرار گیرد.

در این تحقیق جهت مقایسه بهتر و بررسی دقیق‌تر تأثیر سواد اطلاعاتی بر دقت در صحت اطلاعات کاربران شبکه‌های اجتماعی، با توجه به سئوالات پرسش‌نامه، افراد پاسخ‌گو دارای یک تفاوت کلی در نشر/بازنشر پیام‌ها هستند که آن‌ها را به دو گروه یک و دو تبدیل کرده‌است.

گروه یک کاربرانی هستند که به صحت پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی دقت نکرده‌اند و اقدام به نشر یا بازنشر پیام، بدون توجه به صحت آن کرده‌اند و گروه دو کاربرانی هستند که به صحت پیام‌ها دقت کرده‌اند و تاکنون اقدام به نشر یا بازنشر پیام بدون توجه به صحت آن نکرده‌اند.

امکان تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی، بدون محدودیت خاصی برای افراد مختلف با هر نوع سواد و تخصصی فراهم است. نکته مهم این است که بتوانیم در این بین به این اهداف و نیات خاص افراد واقف شویم. شناخت و فهم ما از این پیام‌ها در شبکه‌ها بسیار مشکل است؛ به‌طوری که کاربران را در جهت پذیرش صحیح‌بودن آن مطلب دچار ابهام می کند یعنی افراد باید بتوانند از میان انبوه پیام ها، اطلاعات صحیح را تشخیص دهند.

بسیاری از پیام‌هایی که روزانه توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی دست‌به‌دست می‌شود، نوعی شایعه هستند و با اهداف خاصی ارسال و پخش می‌شوند و یا در بهترین حالت باید بگوییم نادرست هستند و بدون شناخت از صحت آن‌ها منتشر می‌شوند.

در ادامه به بیان فرضیه‌های این پرژوهش می‌پردازیم:

فرضیه اول: بین صحت اطلاعات منتشر شده از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی که بدون توجه به وثوق و صحت اطلاعات اقدام به انتشار و یا بازنشر اخبار می‌کنند و سواد اطلاعاتی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: بین صحت اطلاعات منتشر شده از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی که بدون توجه به وثوق و صحت اطلاعات شبکه‌های اجتماعی که اقدام به انتشار و یا بازنشر اخبار نمی‌کنند و سواد اطلاعاتی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: بین سطح سواد اطلاعاتی و سطح تحصیلات کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی

این پژوهش که از نوع کاربردی است از یک پرسش‌نامه دو بخشی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است که بخش اول، سواد اطلاعاتی کاربران و بخش دوم، میزان دقت به صحت اطلاعات منتشرشده از سوی کاربران در شبکه‌های اجتماعی را در بر می گیرد. با توجه به اینکه در حوزه سواد اطلاعاتی، پژوهش‌های متعددی صورت گرفته و پرسش‌نامه‌های استانداردی در این حوزه وجود دارد. در این بخش از پرسش‌نامه‌های استفاده شده در تحقیقات گذشته زره‌ساز(۱۳۹۴)، نوکاریزی و دهقانی (۱۳۹۲) و سبحانی (۱۳۹۰) استفاده شده‌است و در بخش «صحت اطلاعات»، پرسش‌نامه محقق ساخته است. در پرسش‌نامه، عناصر و ابعاد سواد اطلاعاتی به دسته‌های زیر تفکیک شد:

الف. مهارت‌های مقدماتی سواد اطلاعاتی: شامل عناصر مرتبط با تشخیص نیاز اطلاعاتی (گویه‌های ۱و۲ پرسش‌نامه)، تدوین سؤال/ مسئله (گویه‌های ۳و ۴ پرسش‌نامه)، ارزیابی منابع اطلاعاتی و پایگاه‌های جست‌وجو (گویه‌های۵ و ۶ پرسش‌نامه).

ب. مهارت‌های پایه سواد اطلاعاتی: شامل عناصر مرتبط با ارزیابی بازیابی‌شده (گویه‌های ۷و ۸ پرسش‌نامه)، مکان‌یابی اطلاعات (گویه‌های ۹، ۱۰، ۱۱ و ۱۲ پرسش‌نامه)، بازیابی اطلاعات (گویه‌های ۱۳و ۱۴ پرسش‌نامه)، به کارگیری اطلاعات (گویه‌های ۱۵و ۱۶ پرسش‌نامه) (زره‌ساز، ۱۳۹۴).

برای صحت اطلاعات ۳ شاخص اصلی «مستندبودن مطالب»، «سلامت مطلب» و «تخصص نقل‌کننده مطلب» در نظر گرفته شد که مستندبودن مطالب با ۶ سؤال، شاخص سلامت با ۸ سؤال و تخصص نقل‌کننده با ۲ سؤال بازنمایی شد.

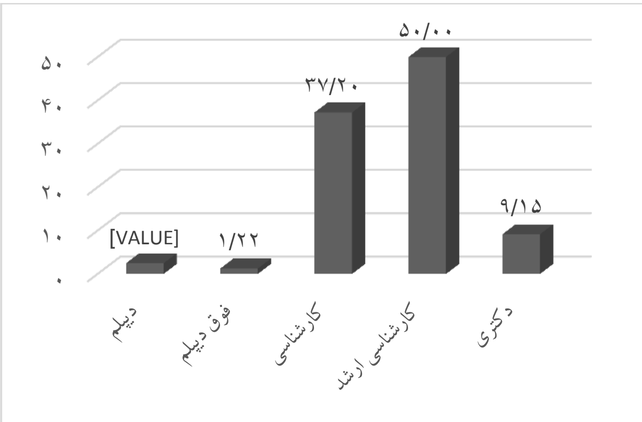
جامعه آماری این پژوهش، شامل تمامی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده است که به‌دلیل نامحدود و نامشخص‌بودن جامعه آماری، پرسش‌نامه حاضر به طور مجازی در بین کاربران ۲۰ گروه یا کانال توزیع شد و برای راحتی افراد جهت پاسخ‌گویی پرسش‌نامه به‌صورت آنلاین از طریق سایت freeonlinesurveys[1] طراحی و به افراد ارسال گردید. سعی بر آن بود که افراد عضو در کانال‌ها و گروه‌های متنوع انتخاب شوند تا بتوان همه نوع کاربر در این شبکه اجتماعی را در نمونه‌های خود داشته‌باشیم. از بین ۳۰۰ پرسش‌نامه ارسالی برای کاربران ۲۱۰ پرسش‌نامه بازگردانده شد که ۳۵ پرسش‌نامه به‌علت عدم هماهنگی بین پاسخ سؤال‌های خودسنجی و پرسش‌های عینی جزو داده‌های غیرقابل استفاده بودند و از نمونه آماری این پژوهش حذف و در نهایت این پژوهش با ۱۶۵ داده صحیح انجام شد.

1. https://freeonlinesurveys.com

به‌منظور تعیین روایی پرسش‌نامه‌ها از روایی محتوایی صوری و برای تعیین پایایی ابزار، ضریب آلفای آن محاسبه شد. ضریب آلفای کرونباخ برای بخش صحت اطلاعات مقدار ۰/۸۹۴ و برای بخش سواد اطلاعاتی آلفای کرونباخ ۰/۸۷۵ به‌دست آمد. لذا پرسش‌نامه این پژوهش در دو بخش سواد و صحت اطلاعات از پایایی لازم برخوردار بوده است.

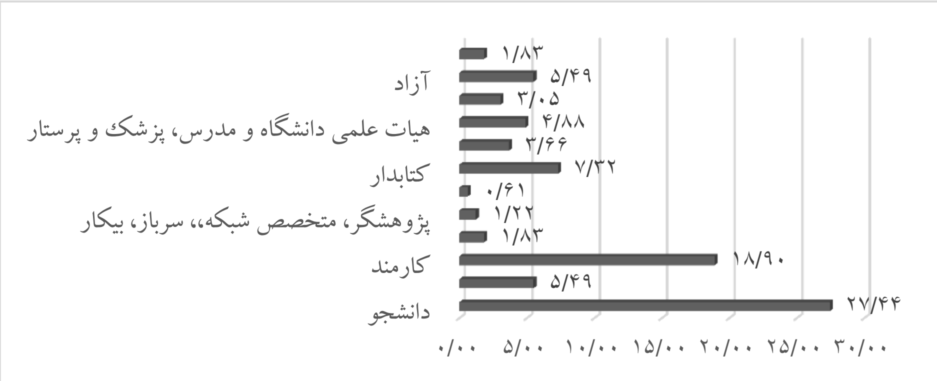
یافته‌ها

جمع‌بندی داده‌ها نشان داد، ۵۰درصد از کابران شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام) دارای مدرک کارشناسی ارشد هستند و ۳۷درصد آن‌ها را افرادی در مقطع کارشناسی، ۹/۱ در مقطع دکتری، ۲/۴درصد دیپلم و ۱/۲درصد فوق‌دیپلم هستند.



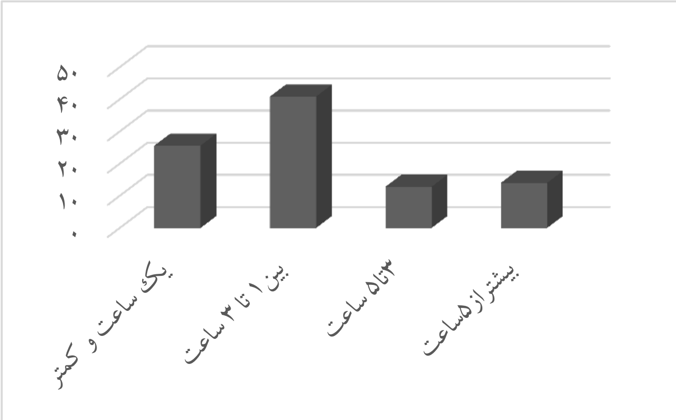
نمودار ۱. توزیع درصدی سطح تحصیلات کاربران شبکه‌های اجتماعی

نمونه آماری افراد مختلف از طیف‌های گوناگون اجتماعی را در برگرفته است (نمودار ۲). دانشجویان با ۲۷/۴۴درصد بیشترین کاربران را تشکیل داده‌اند. کارمندان، کتابداران، معلمان و افرادی که دارای شغل آزاد هستند، در رتبه‌های بعدی قرار دارند که به‌ترتیب ۱۸/۹۰، ۷/۳۲ و ۵/۴۹ درصد را درمیان کاربران داشته‌اند. مدرسان دانشگاه، اعضای هیئت‌علمی و پزشکان‌پرستاران ۸۸/ ۴درصد را تشکیل داده‌اند. ۳/۶۶درصد از کاربران خانه‌داران هستند که همین میزان را معماران و مهندسان عمران تشکیل داده‌اند. ۳/۰۵درصد مدیران، طراحان و همچنین برنامه‌نویسان کامپیوتر و متخصصان علوم کامپیوتر بودند. خبرنگاران ۱/۸۳درصد را تشکیل داده‌اند. پژوهشگران، متخصصان شبکه، سربازان و افراد بیکار ۱/۲۲ درصد بودند. کمتر از یک درصد نیز متعلق به ناشران یا مشاوران سرمایه‌گذاری هستند.



نمودار۲. توزیع درصدی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر اساس شغل

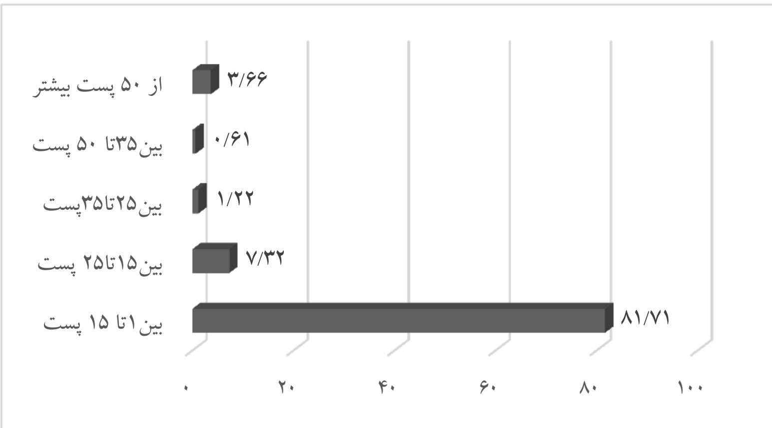
در نمودار ۳، زمانی را که کاربران صرف حضور در شبکه اجتماعی تلگرام می‌کنند، بیان شده است. براساس این نمودار، ۴۰/۸۵ درصد از افراد بین یک تا ۳ ساعت از وقت خود را درطول یک شبانه روز در این شبکه‌ها صرف می‌کنند. ۲۵/۶۱ درصد از افراد یک ساعت و کمتر از آن ، ۱۴/۰۲درصد افراد بیش از ۵ساعت و ۱۲/۸۰درصد از افراد بین ۳ تا ۵ ساعت از وقت خود را به طور روزانه صرف شبکه‌های اجتماعی می‌کنند.



نمودار ۳. توزیع درصدی میزان وقت صرف شده کاربران در شبکه‌های اجتماعی در طول روز

تعداد پست‌هایی که کاربران در شبکه‌های اجتماعی بازنشر/ نشر می‌دهند، از طریق پرسش‌نامه پژوهش مورد بررسی قرار گرفت؛ که برطبق نمودار زیر ۸۱/۷۱درصد از افراد روزانه بین ۱ تا ۱۵ پست در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند. ۷/۳۲درصد از افراد بین ۱۵ تا ۲۵ پست را به تولید یا بازنشر می‌کنند. ۳/۶۶درصد از افراد بیش از ۵۰ پست را به اشتراک می‌گذارند و ۱/۲۲درصد بین ۲۵ تا ۳۵ پست و کمتر از یک درصد بین ۳۵ تا ۵۰ پست را بطور روزانه تولید یا بازنشر می‌کنند.

نمودار٤. توزیع درصدی تعداد پست‌های نشر/بازنشرشده توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی



اطلاعاتی در خصوص میزان دقت کاربران بر صحت اطلاعات و همچنین سواد اطلاعاتی کاربران را در جداول زیر ببینید.

جدول ۱. میزان دقت کاربران بر صحت اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی و سواد اطلاعاتی کاربران

مقیاس / شاخص آماری	شاخص آماری	میانگین
صحت اطلاعات	مستندبودن	۳/۷۲
	سلامت	۳/۷۳
	تخصص نقل‌کننده	۳/۵۴

مطابق جدول شماره۱ همه متغیرهای بیان شده بیشتر از سطح متوسط هستند. برطبق جدول بالا می‌توان بیان داشت: توجه کاربران به آیتم‌های مرتبط با صحت اطلاعات که شامل مستندبودن، سلامت وتخصص نقل‌کننده پیام است بیشتر از مطلوب بوده است. از میان این سه شاخص کمترین توجه کاربران به تخصص نقل‌کننده پیام با میانگین ۳/۵۴ است.

جدول ۲. میزان سواد اطلاعاتی کاربران

شاخص آماری / مقیاس	شاخص آماری	میانگین
سواد اطلاعاتی	تشخیص نیاز اطلاعاتی	۳/۷۴
	تدوین سؤال/مسئله	۳/۶۳
	ارزیابی منابع اطلاعاتی و پایگاه‌های جست‌وجو	۳/۴۷
	ارزیابی اطلاعات بازیابی‌شده	۳/۵۱
	مکان‌یابی اطلاعات	۳/۵۳
	بازیابی اطلاعات	۳/۶۰

همچنین در جدول ۲ مشاهده می‌شود: میزان سواد اطلاعاتی کابران در همه ۷ شاخص، بیشتر از متوسط است. شاخص به‌کارگیری اطلاعات دارای بیشترین میانگین، ۳/۷۶ و بعد از آن شاخص تشخیص نیاز اطلاعاتی با میانگین ۳/۷۴ قرار دارد. از طرفی شاخص ارزیابی منابع اطلاعاتی و پایگاه‌های جست‌وجو دارای میانگین ۳/۴۷ و کمترین میانگین را دارد.

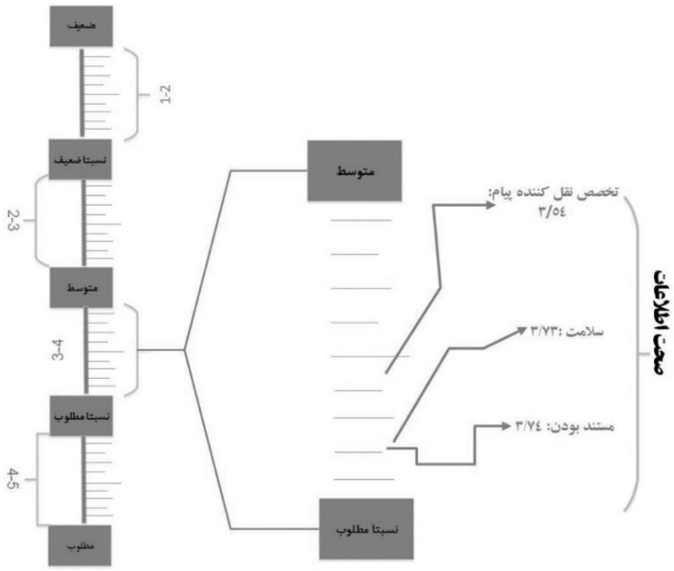
در جدول شماره ۳ میانگین دقت کاربران بر صحت اطلاعات و سواد اطلاعاتی در دو گروه یک و دو بیان شده است. برطبق این جدول در گروه دو، میانگین کل صحت اطلاعات۳/۸۶ است که با اینکه از گروه یک بیشتر است ولی هنوز در حیطه متوسط است. در خصوص سواد اطلاعاتی در گروه دو، این نتیجه به‌دست آمده‌است که میانگین سواد اطلاعاتی در گروه دو، ۳/۶۱ است، ولی هنوز در حیطه متوسط است. یعنی ممکن است افراد دارای سواد اطلاعاتی بالایی نباشند، ولی به صحت اطلاعات منتشره در شبکه‌های اجتماعی دقت

می‌کنند و سواد اطلاعاتی افراد در میزان دقت آن‌ها به صحت اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی تأثیر چشم‌گیری ندارد.

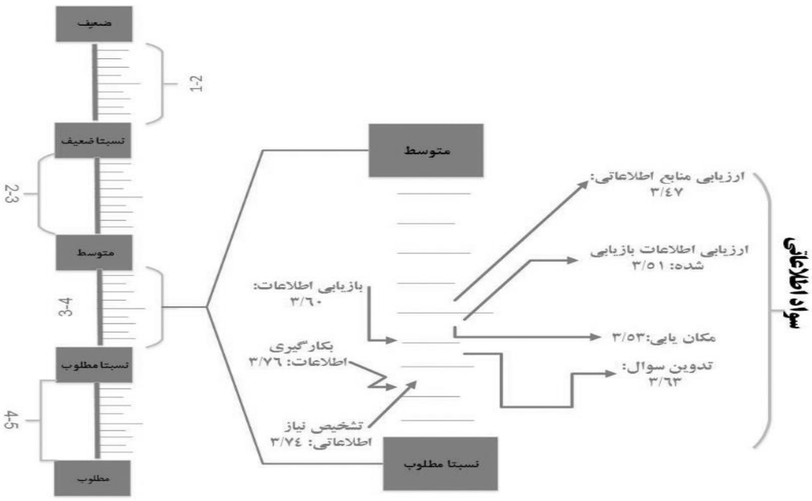
جدول ۳. میانگین دقت کاربران بر صحت اطلاعات در شبکه‌های مجازی و سواد اطلاعاتی کاربران در دو گروه یک و دو

میانگین	عدد
میانگین کل صحت اطلاعات در گروه یک	۳/۴۸
میانگین کل صحت اطلاعات در گروه دو	۳/۸۶
میانگین کل سواد اطلاعاتی در گروه یک	۳/۵۷
میانگین کل سواد اطلاعاتی در گروه دو	۳/۶۱

برای بهتر نشان‌دادن میانگین توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی به شاخص‌های مستندبودن، سلامت و تخصص نقل‌کننده پیام درخصوص صحت اطلاعات و شاخص‌های هفت‌گانه سواد اطلاعاتی به دو شکل ۳ و ۴ می‌توانیم مراجعه کنیم:



شکل ۳. میانگین شاخص‌های صحت اطلاعاتی شبکه‌های اجتماعی



شکل٤. میانگین شاخص‌های سواد اطلاعاتی کاربران شبکه‌های اجتماعی

در ادامه نتایج فرضیه‌های مطرح شده را مرور می‌کنیم.

فرضیه اول: بین صحت اطلاعات منتشرشده از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی که بدون توجه به وثوق و صحت اطلاعات اقدام به انتشار یا بازنشر اخبار می‌کنند و سواد اطلاعاتی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

با توجه به نرمال‌نبودن داده‌ها از آزمون ناپارامتریک اسپیرمن استفاده شده است. نتایج آزمون نشان داد: بین صحت و سواد اطلاعاتی افرادی که اقدام به انتشار و یا بازنشر اخبار بدون توجه به وثوق و صحت اطلاعات کرده‌اند، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، با توجه اینکه مقدار هم‌بستگی به‌دست‌آمده کمتر از ۰/۵۰ می‌باشد، این تفاوت از شدت کمتری برخوردار است ($p<0/01$).

جدول ٦. نتیجه آزمون ضریب هم‌بستگی اسپیرمن برای هم‌بستگی بین سواد اطلاعات و صحت اطلاعات در گروه یک

		صحت اطلاعات گروه۱	سواد اطلاعاتی گروه ۱
صحت اطلاعات	ضریب هم‌بستگی	۱/۰۰۰	**۰/۲۹۶
	معناداری (دوسویه)	۰	۰/۰۰۹
	تعداد	۷۶	۷۶
سواد اطلاعاتی	ضریب هم‌بستگی	**۰/۲۹۶	۱/۰۰۰
	معناداری(دوسویه)	۰/۰۰۹	۰
	تعداد	۷۶	۷۶
همبستگی در سطح ۰,۰۱ **			

فرضیه دوم: بین صحت اطلاعات منتشر شده از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی که بدون توجه به وثوق و صحت اطلاعات شبکه‌های اجتماعی که اقدام به انتشار و یا بازنشر اخبار نمی‌کنند، و سواد اطلاعاتی آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

آزمون هم‌بستگی پیرسون بین سواد اطلاعاتی و صحت اطلاعات منتشره در شبکه‌های اجتماعی برای کاربرانی که بدون اطلاع از وثوق و صحت اخبار اقدام به بازنشر و ارسال اطلاعات نمی‌کنند، برطبق جدول ۷ این‌گونه است که بین صحت و سواد اطلاعاتی در گروه دو، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، اما با توجه به مقدار هم‌بستگی به دست آمده که کمتر از ۰/۵۰ است، تفاوت بین این دو از شدت کمتری برخوردار است ($p<۰/۵$).

جدول ۷. نتیجه آزمون ضریب هم‌بستگی اسپیرمن برای هم‌بستگی بین سواد اطلاعات و صحت اطلاعات در گروه دو

سواد اطلاعاتی در گروه ۲	صحت اطلاعاتی در گروه ۲		
۰/۲۵۴ *	۱/۰۰۰	ضریب هم‌بستگی	صحت اطلاعات
۰/۰۱۹	۰	معناداری(دو سویه)	
۸۵	۸۵	تعداد	
۱/۰۰۰	۰/۲۵۴ *	ضریب هم‌بستگی	سواد اطلاعات
.	۰/۰۱۹	معناداری(دوسویه)	
۸۵	۸۵	تعداد	
همبستگی در سطح ۰۵/۰ (۲ تاله) قابل توجه است. *			

فرضیه سوم: بین سطح سواد اطلاعاتی و سطح تحصیلات کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه مستقیم معناداری وجود دارد.

رابطه بین سواد اطلاعاتی کاربران شبکه‌های اجتماعی و سطح تحصیلات آن‌ها نیز در این پژوهش از طریق آزمون هم‌بستگی پیرسون تعیین شد که بر اساس این آزمون بین سواد اطلاعاتی و سطح تحصیلات کاربران تفاوت معناداری وجود ندارد.

جدول ۸. نتیجه آزمون ضریب هم‌بستگی اسپیرمن برای هم‌بستگی بین سواد اطلاعاتی کاربران و مدرک تحصیلی آن‌ها

		مدرک تحصیلی	سواد اطلاعاتی
مدرک تحصیلی	ضریب هم‌بستگی	۱/۰۰۰	۰/۱۴۷
	سطح معناداری (دوسویه)	۰	۰/۰۵۹
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵
سواد اطلاعاتی	ضریب هم‌بستگی	۰/۱۴۷	۱/۰۰۰
	سطح معناداری(دوسویه)	۰/۰۵۹	۰
	تعداد	۱۶۵	۱۶۵

بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه‌به جداول میانگین شاخص‌های سواد و صحت اطلاعات در قسمت قبل، می‌توان این‌گونه بیان‌داشت که کاربران شبکه‌های اجتماعی دارای سواد اطلاعاتی بیشتر از متوسط و به‌عبارتی نزدیک به نسبتاً مطلوب را دارند. همچنین توجه کاربران به شاخص‌های صحت اطلاعات منتشره در شبکه‌های مجازی نیز بالاتر از میانگین شاخص‌های سواد اطلاعاتی آن‌ها و نزدیک به حیطه نسبتاً مطلوب است. این موضوع به ما گوشزد می‌کند تا نسبت به هر دو موضوع سواد اطلاعاتی و توجه‌به صحت اطلاعات کاربران بیشتر توجه شود. در پژوهش مارات توپال اوغلو (Tapaloglu, Tekkanat ,۲۰۱۵) سطح سواد دانشجویان درخصوص تکنولوژی اطلاعات و استفاده از این فناوری مورد بررسی قرار گرفته است که بر اساس آن دانشجویان خود را در مهارت‌های مرتبط با فناوری در سطح اطلاعات پایه و مهارت‌های اینترنت و اطلاعات در سطح بالایی می‌دانستند. درحالی‌که در مهارت «حل مسئله» در سطح خوبی نبودند. نکته قابل توجه دیگر این است که بین مدت زمان استفاده از فناوری و توسعه این مهارت‌ها ارتباط معناداری وجود ندارد. به‌طوری‌که باید استفاده از فناوری‌ها به دانشجویان آموزش داده شود و از طریق تجربه نمی‌توان انتظار داشت این مهارت‌ها در دانشجویان افزایش یابد.

در خصوص گروه یک و دو باید این نکته را بیان داشت که افراد گروه یک با میانگین ۳/۴۸ در توجه به صحت اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی و میانگین ۳/۵۷ در سواد اطلاعاتی در وضعیت بیشترازحد متوسط قرار دارند و گروه دو، در توجه به صحت اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی با میانگین ۳/۸۶ و در حیطه سواد اطلاعاتی ۳/۶۱ نیز در وضعیت بیشتر از حد متوسط؛ ولی بیشتر از گروه دو قرار دارند. همان‌طورکه در قسمت بالا بیان شد: گروه دو با توجه به این‌که اظهار داشته‌اند به دقت اطلاعات توجه می‌کنند، انتظار می‌رفت میانگین دقت آن‌ها به

صحت اطلاعات نزدیک به حد مطلوب باشد. همچنین بر اساس جدول ۲ می‌توان بیان داشت توجه کاربران به شاخص‌های صحت اطلاعات در حوزه متوسط بوده‌است و از میان سه شاخص مستندبودن، سلامت و تخصص نقل‌کننده پیام، توجه کاربران به سلامت پیام‌ها در شبکه اجتماعی با میانگین ۳/۷۳ بالاترین میزان توجه و شاخص تخصص نقل‌کننده پیام با میانگین ۳/۵۴ کمترین توجه را از سوی کاربران به خود اختصاص داده‌است. وضعیت سواد اطلاعاتی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در این پژوهش نیز به‌طورکلی در حوزه متوسط است و در میان هفت شاخص از سواد اطلاعاتی که شامل تشخیص نیاز اطلاعاتی، تدوین سؤال/مسئله، ارزیابی منابع اطلاعاتی و پایگاه‌های جست‌وجو، ارزیابی اطلاعات بازیابی شده، مکان‌یابی اطلاعات، بازیابی اطلاعات و به‌کارگیری اطلاعات است، کاربران در مرحله به‌کارگیری اطلاعات بیشترین مهارت را دارند و این شاخص در میان کاربران با میانگین ۳/۷۶ است. رحیمی و همکارانش (۱۳۹۳) در تحقیقی باعنوان «رابطه تفکر انتقادی با سواد اطلاعاتی در دانشجویان علوم‌پزشکی» به این مهم نائل شده‌اند که بین مهارت تفکر انتقادی و زیرمؤلفه‌های آن با سواد اطلاعاتی رابطه مستقیم وجود دارد. همان‌طور که می‌دانیم یکی از عواملی که افراد را در دسترسی به اطلاعات کمک می‌کند، مهارت‌های تفکر انتقادی است و تفکر انتقادی یکی از مهم‌ترین مهارت‌هایی است که در کنار سواد اطلاعاتی به کاربران برای تشخیص درستی اطلاعات کمک می‌کند. از اینکه کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی از سطح سواد اطلاعاتی بالایی برخوردار نیستند، این احتمال را می‌توان داد که دارای تفکر انتقادی هم نیستند.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده در این تحقیق، بین سواد اطلاعاتی و صحت اطلاعات در هر دو گروه ارتباط معناداری وجود دارد ولی با توجه به مقدار آزمون، در هر دو گروه بین سواد اطلاعاتی و صحت اطلاعات منتشره از هم‌بستگی بالایی برخوردار نیستند.

همان‌طورکه در قسمت قبل بیان شد، بین سواد اطلاعاتی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی و سطح تحصیلات آن‌ها تفاوت معناداری وجود ندارد. میزان تحصیلات افراد با سواد اطلاعاتی آن‌ها هم‌خوانی ندارد یعنی نمی‌توان انتظار داشت افراد با مدرک تحصیلی بالا از نظر سواد اطلاعاتی نیز در سطح بالایی قراردارند. باتوجه‌به اینکه داشتن سواد اطلاعاتی برای همه افراد و به‌ویژه افراد تحصیل‌کرده، امری ضروری است، پس باید بتوانیم آموزش این مهارت مهم را به‌طور جدی‌تری در واحدهای درسی دانشگاهی واردکنیم و هم این‌که تدابیری برای افزایش این مهارت در بین همه اقشار جامعه بیاندیشیم. شهابی (۱۳۹۱) در تحقیقی با موضوع «شایعه و عوامل اجتماعی مؤثر در پذیرش آن» به نتایج قابل توجهی رسیده است. شهابی ارتباط بین پذیرش شایعه و ابهام در موضوع و همچنین ارتباط بین اهمیت موضوع و منبع شایعه را معنادار بیان‌کرده است. در تحقیق شهابی بین مؤلفه شغل و پذیرش شایعه ارتباط معناداری وجود ندارد.

در مقایسه با نتایج به‌دست‌آمده در تحقیق چمبرلین(Chamberlian, 2009) با عنوان «توئیتر مسیری برای آلودگی اطلاعات»، باید این‌گونه اظهار داشت: در این تحقیق با بررسی شبکه اجتماعی توئیتر به عنوان یکی از شبکه های اجتماعی مجازی پرطرفدار و قدرتمند در دنیا، این مجرا به عنوان یک عامل قوی برای گسترش اطلاعات نادرست در بین کاربران مورد استفاده قرارمی‌گیرد. استفاده از توئیتر برای سازمان‌های مختلف برای گسترش اطلاعات درست و نادرست از طریق اکانت‌های غیر واقعی و پرطرفدار امکان‌پذیر است. درنتیجه، حوزه شبکه‌های اجتماعی باید از خطرات توزیع اطلاعات غلط که با استفاده از این کانال‌ها انجام می‌شود، آگاه باشند. باید استراتژی‌های مختلفی وجودداشته باشد تا توزیع اطلاعات درست را تضمین کند.

تأثیر انتقال سریع اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی

نظریه تافلر بر سه مقطع تاریخی یا سه موج یا تمدن جهانشمول استوار است. موج اول تمدن، یعنی انقلاب کشاورزی، موج دوم یعنی پیدایی تمدن صنعتی و موج سوم با ازهم گسیختن خانواده هایمان، متزلزل ساختن اقتصادمان، فلج کردن سیستم‌های سیاسی‌مان و درهم‌شکستن ارزش‌هایمان بر همه ما اثر خواهد گذشت. در بیان این نظریه، تافلر معتقد است، در جریان موج سوم تنوع و تغییر سریع محصولات در حقیقت، تلاش شرکت‌ها برای دست‌آموزکردن مشتریان و ایجاد نیازهای کاذب در افراد و در نتیجه کسب سود بیشتر از طریق عرضه کالاهای گران‌قیمت و اختصاصی است (تافلر، ۱۳۸۵).

براساس نظریه موج سوم تافلر، تصمیم‌گیری افراد در این دوره به علت رقابت و انتقال اطلاعات تسریع شده است. انتقال سریع اطلاعات از طریق شبکه‌های اجتماعی باعث می‌شود، افراد نیز در تصمیم‌گیری‌ها سریع‌تر عمل کنند و این ممکن است بر کیفیت تصمیم اثر بگذارد. همه این عوامل باعث می شود، افراد با ترفندهای بیشتری در دام اطلاعات نادرست بیفتند. شاید این‌طور باشد که در دنیای مجازی جذابیت‌ها به قدری است که افراد را ساعت‌های متمادی در طول روز و در نهایت سال‌های طولانی مشغول به‌خود کرده‌است که دیگر حتی به مسائل مهم دقت ندارند. مسئله اینجاست که مشغولی زیاد کاربران در این شبکه ها چه نفعی برای چه افراد یا گروه هایی می تواند داشته باشد؟ «نبردهای فرهنگی، نبردهای قدرت در عصر اطلاعات هستند. این نبردها عمدتاً در رسانه‌ها یا از طریق آن‌ها صورت می‌گیرد؛ اما رسانه‌ها صاحب قدرت نیستند. قدرت، به مثابه توانایی تحمیل رفتار، در شبکه‌های مبادله اطلاعات و به‌کارگیری ماهرانه نمادها نهفته است که کنشگران اجتماعی، نهادها و جنبش‌های فرهنگی را از طریق نمادها، سخن‌گویان و تقویت‌کنندگان فکری به هم مرتبط می‌سازند» (مددپور، ۱۳۹۴).

الگوی رفتاری کاربران در شبکه‌های اجتماعی

به‌بیانی‌دیگر، می توان گفت استفاده از رسانه‌ها برای ترویج و تحمیل اعتقادات و فرهنگ خاصی مورد استفاده قرار می گیرد و رسانه‌ها به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی که دارای ویژگی‌های خاصی هستند، بستری

مناسب برای افراد و گروه هایی هستند که بخواهند افکار و اطلاعات مدنظر خود را در جامعه گسترش بدهند. کاربران هر شبکه‌ای به محیط مجازی آن شبکه عادت کرده‌اند. بهتر است بیان شود، الگوی رفتاری در شبکه‌های اجتماعی برای کاربران کمابیش یکسان است که با ارسال و انتقال اطلاعات، گروه‌های خواهان قدرت را حمایت می کنند. کاربران در این فضا بعد از ایجاد پروفایل و مراحل عضویت، با مشارکت در این فضا و با کمک قابلیت‌های چندرسانه‌ای سایت از قبیل گذاشتن عکس، متن، محتوا یا لینک به محتواهای بیرونی، فضای خود را توسعه می‌دهند. ارسال پیام یا بازنشر آن برای کاربران به‌صورت الگویی در آمده است. کاربران در شبکه‌های اجتماعی به‌نوعی با الگو برداری از یکدیگر به ارسال و بازنشر اخبار و اطلاعات می‌پردازند و نه تفکر در آن‌ها یا دقت در مسائل مهم‌تری همچون هدف از ارسال این پیام یا پیامدهای بازنشر آن.

تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر الگو و ارزش‌های رفتاری در اجتماع

بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا (Albert Bandura، ۱۹۸۶) انسان‌ها بیشتر آن‌چه که برای راهنمایی و عمل در زندگی نیاز دارند، صرفاً از تجربه و مشاهدهٔ مستقیم یاد نمی‌گیرند؛ بلکه عمده آن‌ها به‌طورغیرمستقیم و به‌ویژه از طریق رسانه‌های جمعی آموخته می‌شود. ادعای اصلی باندورا این است که بیشتر رفتارهای آدمی به‌صورت مشاهده رفتاردیگران و از طریق الگوبرداری یادگرفته می‌شود» (مهدیزاده، ۱۳۸۹: ۱۵۰).

انتشار اطلاعات مختلف در شبکه‌های اجتماعی مجازی الگویی برای کاربران شده است که بدون توجه به صحت پیام انجام می‌شود. به‌طوری که کاربران با مشاهده این رفتار (بازنشر پیام) از سوی افراد دیگر، از آن الگوبرداری کرده و باتوجه به اینکه با ارسال هر پیامی ممکن است، بازخوردهای دلخواه از سوی افراد مختلف را مشاهده کنند، انگیزه لازم برای تکرار این عمل یعنی بازنشر و انتقال پیام در کاربران ایجاد می شود و ارجحیت انجام این کار از دقت به مسائلی همچون درستی مطالب و صحت آن‌ها پیشی می گیرد.

پس می توان گفت رسانه‌ها به‌طورکلی و درحال‌حاضر، شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌طور خاص، بر ارزش‌ها، الگوها و عملکرد افراد در جامعه تأثیر به‌سزایی دارند. این امر باعث می‌شود، افراد و گروه‌های خاصی بتوانند از این بستر قدرتمند استفاده‌های منفعت‌طلبانه داشته باشند و این کاربران هستند که باید با این روند آشنا و دارای اطلاعات و سواد لازم برای رویارویی با آن را داشته باشند.

نتیجه اینکه در سطح کلان، کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌جای اینکه از این امکان در جهت آگاهی بیشتر خود و دیگران استفاده کنند، مجذوب فضاهای مجازی و دیگر امکانات آن شده‌اند. به‌طوری‌که انتشار پیام‌ها در آن بدون دقت به صحت اطلاعات الگو شده است و در این چرخه این کار با سرعت زیادی انجام می‌شود.

منابع

پریرخ، مهری. (۱۳۷۸). سواد اطلاعاتی: پژوهشی پیرامون چگونگی کسب سواد اطلاعاتی. با همکاری حسن مقدس زاده. *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد*، بهار و تابستان،۳۱۸-۳۳۴. تافلر، آلوین. (۱۳۸۵). *موج سوم*. (ترجمه شهین‌دخت خوارزمی). تهران: علم.

ترکمان، فرح، شهابی، زینب. (۱۳۹۵). شایعه و عوامل اجتماعی مؤثر در پذیرش آن. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۵(۱۹)، ۱۹۱-۲۱۶.

جوکار، عبدالرسول، اسماعیل‌پور، رضیه. (۱۳۸۸). آموزش مجازی و سواد اطلاعاتی: بررسی موردی آموزش‌های مجازی در دانشگاه شیراز. *فصلنامه کتاب*، (۷۷)، ۱۱-۲۶.

زره‌ساز، محمد. (۱۳۹۴). *واکاوی ارتباط میان قابلیت‌های روانشناختی و مهارتی کاربران با رفتار راهنمایابی آن‌ها بر پایهٔ مدل تعدیل شده اطلاع‌یابی مارکیونینی* (پایان‌نامه دکترای کتابداری و اطلاع‌رسانی). دانشگاه شهید فردوسی مشهد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.

ضیایی‌پرور، حمید، عقیلی، سید وحید. (۱۳۸۸). بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی در میان کاربران ایرانی. *رسانه*، (۲۰)۴، ۲۳-۴۲.

مرادی، رحیمی و دیگران. (۱۳۹۳). رابطه تفکر انتقادی با سواد اطلاعاتی در دانشجویان علوم‌پزشکی. *راهبردهای آموزش در علوم پزشکی*، ۳.(۷)، ۱۴۱-۱۴۷.

مددپور، محمد (۱۳۹۴). فرهنگ و هویت در جامعه شبکه‌ای از نگاه مانوئل کاستلز. [نوشته وب‌سایت]. بازیابی‌شده در ۱۵مهر۱۳۹۵ از
http://www.rahavardnoor.ir/index.php/articles/item/626-jamee-shabakei

مهدی‌زاده، محمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه، اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.

نیک‌کار، ملیحه (۱۳۸۷). طرح آموزش سواد اطلاعاتی در محیط آموزش از راه دور. *پیک نور*، ۶ (۳)، ۴۳-۵۱.

Chamberlain, P. R. (2010). Twitter as a vector for disinformation. *Journal of Information Warfare*, 9(1), 11-17. Retrieved 2016, May 15, from https://www.jinfowar.com/journal/volume-9-issue-1/twitter-vector-disinformation

Cuadrado-Garcia, M. Ruiz-Mol ,M .Montoro-Pons, J.D. (2012). Academic contest and social networking to promote technology and information literacy among university students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 46(10), 222-226. Retrieved 2016. July 1, from www.sciencedirect.com . doi: 10.1016/j.sbspro.2012.05.097

katz, E. j., & aspden, p.(1997). A nation of strangers? *Communications of the ACM*, 40(12), 81-86. doi:10.1145/265563.265575

Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson , V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58(1), 49-74. Retreived 2016, july 1 from: https://www.dhi.ac.uk/san/waysofbeing/data/communication-zangana-kraut-2002.pdf

Stec, E. Varlejs, J. (2014). Factors affecting students' information literacy as they transition from high school to college. *School Library Media Research*. Retreived 2016, May 31 from: http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org.aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol17/SLR_FactorsAffecting_V17.pdf

Topaloglu, M. Tekkanat, E. (2015). Identifying the usage of information technologies and literacy levels. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 182(3), 574–583. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.04.784